新媒体在高校图书馆数字阅读推广中的应用

孙端利
（武汉铁路职业技术学院，湖北 武汉 430074）

摘 要：在科学技术快速发展的背景下，以信息技术为核心的新媒体应用逐渐广泛，新媒体凭借自身的特点和优势，在信息传播以及推广领域具有良好应用效果。将新媒体技术与高校图书馆进行结合，能够改变高校图书馆的阅读推广模式，提高阅读推广针对性和便利性，从而满足高校师生的个性化、多元化阅读需求，是高校图书馆建设发展的重要方式。因此，文章对新媒体在高校图书馆数字阅读推广中的应用进行深入的研究与分析，并提出一些合理的意见和措施，旨在进一步提高新媒体技术应用水平。

关键词：新媒体；高校图书馆；数字化；阅读推广；具体应用　　**中图分类号：**G632　　**文献标识码：**A
文章编号：1671-0134（2022）06-080-03　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2022.06.024
本文著录格式：孙端利 . 新媒体在高校图书馆数字阅读推广中的应用 [J]. 中国传媒科技，2022（06）：80-82.

新媒体相比于传统媒体，信息传播速率更高、传播范围更广、受众群体更为广泛，且传播成本较低，所以在现代信息推广行业中具有良好的应用效果。在高校图书馆阅读推广服务模式建设过程中，通过采用新媒体技术，能够有效提升数字阅读推广效果，提高其服务水平，为读者提供个性化的数字阅读服务，有利于推动高校图书馆数字化建设。但是因为缺乏实践经验，当前部分高校图书馆在数字化阅读推广服务中，尚未形成完善的新媒体技术应用体系，需要对其进行优化调整。

1. 新媒体时代读者阅读转变分析

在新媒体时代，读者的阅读需求随着新媒体技术发展而出现一定的转变，新媒体技术对读者阅读方式产生相应的推动作用，使得读者从传统的阅读方式向网络化阅读方式转变和发展，从而提高阅读便利性，阅读内容更加丰富，同时阅读具有互动性。

1.1 阅读形态的变化

在新媒体环境下，读者最主要的变化是阅读形态的转变，高校大学生通过新媒体的方式可以在移动端比如手机、平板电脑等途径获得更加便捷、内容更加丰富的阅读体验，所以目前许多高校都对数字图书馆、馆藏资源数字化的建设越来越重视，高校的图书馆建设正在朝数字化方向积极转变，充分借助新媒体技术的优势，积极建立了高校图书馆网络阅读平台，使读者可以通过新媒体的方式阅读高校图书馆丰富的资源，高校图书馆在面对新媒体发展的冲击时也可以发挥出自身的优势，实现数字化阅读的转变。[1]

1.2 阅读互动性变化

传统高校图书馆为读者提供的阅读服务中，互动性较差，读者在阅读过程中难以有效与其他读者开展互动交流。而通过采用新媒体技术，读者在网络媒体平台中阅读时，能够与其他读者进行实时交流，从而提高阅读趣味性。读者能够在新媒体平台中发表自身的观点、看法以及阅读感受。在这个过程中，读者不再只是被动的阅读者，而是阅读的主动参与者、创造者，能够实现阅读的双向互动。为此，在高校图书馆数字阅读服务推广过程中，可以充分吸收读者的意见，从而调整自身服务模式，提高阅读推广服务质量。

1.3 阅读方式的转变

在新媒体技术发展的影响下，利用新媒体平台开展阅读的模式得到快速发展，对传统的纸质阅读产生了很大冲击，通过新媒体技术，可以实现阅读文字、图片、视频、音频多种阅读方式的结合，使读者可以选择更多的阅读方式，在很大程度上满足了当代读者的多元化和个性化阅读需求，为读者提供了更多的选择。虽然纸质阅读同样具有鲜明特征和优势，但是从目前高校大学生整体的阅读方式来看，新媒体的阅读方式还是占有很大优势，更多的大学生读者会选择通过新媒体平台阅读的方式，不仅能够降低阅读成本，同时能够获取更多的阅读资源，这是新媒体对读者阅读方式的重要影响。[2]

2. 新媒体在高校图书馆数字阅读推广中存在的问题分析

通过上文的分析可以看出，新媒体技术的发展以及应用，在很大程度上改变了大学生读者的阅读形态和阅读方式，所以为了满足大学生读者的阅读需求，高校图书馆要做好数字阅读推广工作，但是受到多种因素的影响，当前新媒体在其数字阅读推广中还存在一些问题，主要体现在以下几个方面。

2.1 数字阅读推广与新媒体融合深度不足

当前许多高校图书馆的阅读推广服务依然沿用较为传统的工作模式，阅读推广服务还是通过线下的方式，整体推广形式较为单一，且严重缺乏创新性，没有实现与新媒体方式的深入融合。例如高校阅读推广服务中常见的读书节活动、征文活动等，虽然这种推广方式具有一定效果，但是在信息时代，传统阅读推广模式对大学生读者的吸引力远远不够。虽然目前许多高校都在积极

开展新媒体形式的数字阅读服务推广工作，但是还没有做到与新媒体形式充分结合，缺乏新媒体数字阅读平台建设，无法发挥出新媒体技术和平台的优势，导致数字阅读推广服务实效性不足，学生能够接受的新媒体形式阅读推广信息较少。

2.2 缺乏完善的新媒体数字阅读推广体系

将新媒体与高校图书馆的阅读推广服务相结合，必须具有完善的推广体系，才能够提高数字阅读推广服务质量，但是当前许多高校尚未建立完善的新媒体数字阅读推广体系，例如在推广渠道、推广平台、推广方式等方面，尚未形成有效的模式，新媒体数字阅读推广工作过于形式化，从而导致其实际作用被严重抑制，无法得到充分发挥，需要高校结合实际情况，建立完善的新媒体数字阅读推广工作体系，从而提升阅读推广工作质量。

2.3 数字阅读推广内容质量有待提升

将新媒体与高校图书馆的数字阅读推广服务进行结合，能够有效提升推广效率，但是从实践经验来看，新媒体时代下阅读信息质量无法得到保障。在大量的阅读资源中，存在一些质量较差的阅读信息，如果高校图书馆没有对质量较差的阅读信息进行筛查，会导致部分不良信息进入推广服务中，从而严重影响大学生读者阅读质量，例如碎片化阅读、浅显化阅读等，还会导致学生过度依赖新媒体平台，养成不良的阅读习惯。所以需要高校图书馆对新媒体数字阅读推广内容进行严格审查，确保推广内容能够帮助大学生形成完善的知识体系，使其养成良好的阅读习惯，发挥出新媒体数字阅读推广的作用，是高校图书馆数字化建设发展的重要举措。[3]

3. 新媒体在高校图书馆数字阅读推广中的优势分析

新媒体数字阅读推广相比于传统的推广模式而言，由新媒体技术特点决定，具有多项优势，主要包括：（1）拓宽推广渠道。传统的阅读推广渠道较为单一，基本以线下方式为主，通过采用新媒体技术，能够有效拓宽推广服务渠道，例如微信、微博、抖音等新媒体平台，这些新媒体平台有许多大学生读者用户，拓宽推广渠道则能够使得大学生读者用户接收更多的阅读信息，有利于提升阅读推广服务质量。（2）提高阅读推广服务个性化。在新媒体技术发展支撑下，大学生读者阅读发现很大转变，其中一项重要内容为个性化需求提升，学生在选择阅读内容时，会更加偏向于选择自身感兴趣的阅读内容，而传统的阅读推广服务缺乏针对性，无法满足大学生读者的个性化阅读需求，而通过采用新媒体技术，能够按照学生的阅读偏好，为其推送个性化、定制化的阅读内容，使得大学生读者的个性化阅读需求得到满足，是新媒体技术具有的重要优势，能够全面提高高校图书馆数字化阅读推广服务质量，体现出服务工作的个性化、人性化特点。（3）提高阅读推广形式灵活性。阅读推广的主要目的是为大学生推送优质的阅读资源信息，满足大学生阅读需求，从而提高大学生文化素养和综合素质，所以需要采用丰富的推广形式，提高阅读推广吸引力，通过采用新媒体形式，能够有效丰富数字阅读推广服务形式，采用视频、音频以及动画等多种不同的形式，全面提高阅读推广服务效果，更有利于大学生读者接受，从推广信息中了解阅读资源，是提高大学生读者阅读质量的重要方式。因为新媒体平台种类丰富、形式多样，可以用于阅读推广工作中，转变传统单一的推广方式，从而提升阅读服务质量。[4]

4. 新媒体在高校图书馆数字阅读推广中的应用优化措施

新媒体数字阅读推广对高校图书馆服务工作具有重要意义，所以高校图书馆应建设完善的新媒体平台，积极利用新媒体技术、渠道开展阅读推广工作，准确把握新媒体数字阅读推广的优势和价值，解决当前阅读推广服务工作中存在的问题，有利于高校图书馆转变发展模式、调整服务理念，同时能够提高高校图书馆现代化、信息化以及数字化建设水平，为大学生读者提供更高质量的阅读服务。

4.1 建立新媒体阅读平台，推行新媒体阅读

通过新媒体进行阅读，是阅读领域发展的重要趋势，符合时代发展的规律，高校图书馆应顺应阅读方式转变的基本规律，不断建设和完善自身的新媒体阅读平台，为大学生读者提供更加优质的新媒体阅读服务，才能促进自身更好的发展。大学生通过高校图书馆建立的新媒体阅读平台，可以阅读到种类更加丰富的书籍，且能够打破传统线下阅读服务的时间限制和空间限制，高校图书馆在通过新媒体阅读开展阅读推广工作时，要利用自身优质的馆藏资源，提高高校图书馆馆藏资源的利用率，把自身优秀的馆藏资源数字化，上传到新媒体阅读平台中，通过新媒体平台为大学生读者推送更多的优质阅读信息。同时，高校图书馆需要建立相应的新媒体阅读 App 移动平台，开发功能齐全、能够满足大学生读者需求的高校图书馆新媒体阅读 App 平台，提高更新速度，不断丰富移动阅读平台中的资源，让大学生读者在高校图书馆的新媒体阅读 App 中能够收获到更好的阅读体验，享受到高校图书馆更优质的服务。通过构建完善的新媒体阅读平台，有利于数字推广服务工作开展，在新媒体平台中推广相应的优质阅读信息，能够使学生接触到更多的优质阅读资源，从而提高阅读推广服务工作质量。[5]

4.2 积极利用新媒体渠道，丰富阅读推广形式

当前新媒体渠道较为丰富，大部分新媒体渠道都可以用于高校图书馆的阅读推广服务工作中。相比于建立高校图书馆自身的阅读平台而言，新媒体渠道具有受众范围更广的优势，且能够降低新媒体平台开发和维护成本。例如，高校图书馆在微信公众号新媒体平台中，开设自身官方账号，通过线上、线下等多种推广方式的结合，确保本校大学生能够关注高校图书馆的微信公众号，高校图书馆则可以通过微信公众号推广优质阅读信息，还可以通过微信公众号发布问卷调查，了解学生的阅读喜

好，根据学生阅读喜好进行每日推广、每周推广，从而能够提高阅读推广效率。此外，通过微信公众号新媒体平台，更多是利用文字和图片的方式进行推广，为了提高阅读推广形式丰富性，高校图书馆可以抖音短视频新媒体平台，开展视频形式的数字阅读推送，由专业教师、管理人员录制图书资源的相关视频，且视频中可以加入更多的元素，这种推广方式能够全面提升吸引力，借助新媒体平台受众人数较多、形式灵活的优势，能够全面提高推广效果，符合新媒体时代发展趋势，能够将新媒体平台的优势和作用最大化发挥，建立多样化的阅读服务推广机制，是高校图书馆创新发展的重要举措。[6]

4.3 深入融合，提高阅读推广互动性

传统阅读推广模式中的互动性较差，大学生读者只能被动地接收阅读推广信息，无法对阅读推广做出相应评价，从而会导致学生处于较为被动的状态，整体互动性不足。通过将数字阅读与新媒体平台的深度融合，则能够提高阅读推广互动性，转变阅读推广方式，确保大学生读者能够深入参与阅读过程。例如，高校图书馆可以在微博自媒体平台中开设官方账号，利用微博平台开展阅读推广服务。微博新媒体平台具有完善的社交互动体系，在该平台中进行阅读推广，当官方找到推送某阅读信息时，大学生读者能够在该信息下进行评论，从而能够收集学生对阅读推送的意见以及满意程度。同时大学生读者之间也能够通过评论功能进行互动交流，相互分享对阅读推送内容的看法，形成良好的阅读互动氛围，有利于学生表达自身的阅读感受，在轻松愉快的交流氛围中，全面培养学生阅读爱好。新媒体平台在阅读推广互动性方面具有明显优势，能够满足学生对阅读互动性需求，所以高校图书馆需要将阅读推广服务与新媒体平台进行深入融合，发挥出新媒体平台互动性功能，通过其特有的互动性方式为大学生读者提供交流服务，有利于改善高校图书馆的阅读推广服务工作模式，充分听取读者的意见。[7]

4.4 加强优质推广信息审查，提供高质量阅读推广服务

高校图书馆在进行阅读推广服务工作时，要对所推广的阅读信息进行全面的筛选，保证推广的信息内容质量，同时具有一定的教育意义，能够满足大学生的学习需要，在此基础上促进大学生综合素质发展，形成完善的知识体系，强化大学生读者文学素养。高校图书馆可以对不同专业的学生推广具有针对性的阅读资源，例如对英语专业的学生推广优秀的英文原著，对历史学专业的学生推广更多的历史题材书籍，在保证内容质量的基础上，提高高校图书馆阅读推广服务的教育性质，使大学生素养在阅读过程中能够得到不同程度的提高，不仅能够提升自身的专业知识水平，丰富大学生读者的阅读积累，还能够让大学生得到良好的教育，从而提高大学生读者的综合素质，实现高校图书馆的教育目标。[8] 通过对阅读推送信息的筛选与审查，能够构建更加完善的阅读推广体系，防止通过新媒体平台降低阅读推广内容质量，为大学生学习和发展提供基础。在利用新媒体平台推送相关的阅读信息时，需要经过多位管理人员的审查，在新媒体平台和渠道中建立完善的审核机制。只有经过审查确定的内容才能够推送，从而能够有效避免学生接触到不够优质的阅读资源，防止学生养成碎片化等阅读习惯。在新时代，高校图书馆需要承担起阅读推送服务工作的责任，为大学生读者提供新媒体渠道的优质阅读信息，不仅有利于大学生专业能力提升，更为重要的是能够促进大学生综合素质的发展，发挥出新媒体在提高阅读推广服务质量中的关键作用。[9]

结语

综上所述，本文全面阐述了新媒体时代大学生读者阅读方式的转变特点，并对部分高校在应用新媒体推广阅读资源工作中存在的问题进行分析，同时阐明新媒体技术和渠道在数字阅读推广中应有的优势，最后提出有利于高校图书馆新媒体数字阅读推广模式建设的多项措施，希望能够对高校教育教学工作起到一定借鉴和帮助作用，不断提高图书馆服务质量，深入满足大学生读者的阅读服务需求，有利于培养现代化高素质人才。媒

参考文献

[1] 罗琳 . 移动新媒体环境下高校图书馆数字阅读推广服务模式研究 [J]. 河北科技图苑，2026（4）：28-30，77.
[2] 薛芳 . 新媒体时代下高校图书馆的数字阅读推广研究 [J]. 中外企业家，2020（5）：146.
[3] 丛兆鹏 . 新媒体下的高校图书馆数字阅读推广分析 [J]. 赤子，2019（11）：152.
[4] 王亚莉 . 新媒体时代高校图书馆数字阅读推广服务研究 [J]. 河北科技图苑，2020（4）：69-72.
[5] 刘宏 . 我国高校图书馆数字阅读推广服务研究 [J]. 图书馆工作与研究，2020（5）：66-70.
[6] 吴文晓 . 论新媒体在高校图书馆数字阅读推广中的应用 [J]. 出版广角，2021（13）：80-82.
[7] 冯敏 . 浅析新媒体在高校图书馆阅读推广中的应用 [J]. 出版广角，2020（24）：71-73.
[8] 冯静 . “互联网 +”时代，出版社图书营销升级探究 [J]. 中国传媒科技，2020（3）：71-73.
[9] 赵建凤 . 移动新媒体环境下高校图书馆数字阅读推广服务模式研究 [J]. 才智，2020（2）：242.

作者简介：孙端利（1986-），女，湖北武汉，安徽大学学士，武汉铁路职业技术学院图书馆，馆员，研究方向：文献资源建设、阅读推广、信息素养教育。

（责任编辑：张晓婧）